

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ**  
**MARIA LETÍCIA BIAVATTI**

**O FATOR AMBIENTAL NA PERCEPÇÃO SOBRE PRODUTOS ORGÂNICOS E  
SUA RELAÇÃO COM A TOMADA DE DECISÃO DE CONSUMO**

**THE ENVIRONMENTAL FACTOR IN PERCEPTION ON ORGANIC PRODUCTS  
AND ITS RELATIONSHIP WITH THE CONSUMER DECISION MAKING**

**CURITIBA**  
**2018**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MARIA LETÍCIA BIAVATTI

**O FATOR AMBIENTAL NA PERCEPÇÃO SOBRE PRODUTOS ORGÂNICOS E  
SUA RELAÇÃO COM A TOMADA DE DECISÃO DE CONSUMO**

THE ENVIRONMENTAL FACTOR IN PERCEPTION ON ORGANIC PRODUCTS  
AND ITS RELATIONSHIP WITH THE CONSUMER DECISION MAKING

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Pós-Graduação em Gestão Ambiental, Departamento de Economia Rural e Extensão, Setor de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Gestão Ambiental.

Orientadora: Profa. Msc. Deise Silva Vasconcelos.  
Coorientadora: Profa. Msc. Valéria de Cássia Macedo

CURITIBA

2018

## RESUMO

Conservação ambiental, alimentação saudável e consumo consciente, embora em diferentes proporções, são expressões cada vez mais comuns no cotidiano brasileiro e mundial. Conceitualmente relacionada a estes, está o produto orgânico, este que vem aparecendo significativamente no Brasil e em diversos outros países nos últimos anos. Entendendo que a tomada de decisão pela preferência de consumo por esse tipo de produto seja resultado da percepção que atores sociais, na figura de consumidores, possuem sobre produto orgânico e confiança na certificação orgânica, entre outros aspectos, considerou-se relevante investigar a presença do fator ambiental nesta percepção. Para isso, optou-se por realizar um estudo de caso, por meio da aplicação de questionário, entre membros de graduação e pós-graduação de cursos relacionados à área ambiental do meio acadêmico da Universidade Federal de Santa Catarina, Universidade Federal do Paraná e Universidade do Vale do Itajaí. Como resultado, ainda que os atores sociais possuam conhecimento formal na área ambiental, foi observado que a maioria destes relaciona produto orgânico com ausência de agrotóxicos, fazendo ligação direta com a saúde humana, quando do consumo desses produtos, porém, nem sempre relacionando a ausência desses contaminantes à uma eficaz conservação ambiental. Como um dos potenciais fatores condicionantes dessa percepção, observou-se a falta de conhecimento sobre a definição de produto orgânico prevista na legislação orgânica brasileira, Lei 10.831 de 23 de dezembro de 2003. Considerando o sistema de produção orgânico como uma forma de gestão ambiental, assumindo que este contribuiu para a preservação dos recursos naturais e ambiente, é entendido como necessária a propagação e ampliação do conhecimento sobre esse tipo de sistema e produtos. Desta forma, esse conhecimento permitiria que as tomadas de decisão de consumo fossem coerentes com a intenção de conservação ambiental, a qual seria proporcionalmente favorável a escolha pelo produto à confiança em sua certificação orgânica.

Palavras-chave: produção orgânica, conservação ambiental, gestão ambiental, certificação orgânica, estudo de percepção.

## **ABSTRACT**

Environmental conservation, healthy eating and conscious consumption, although in different proportions, are expressions increasingly common in Brazilian and worldwide daily life. Conceptually related to these, is the organic product, which has been appearing significantly in Brazil and in several other countries in recent years. Understanding that decision-making by consumer preference for this type of product is a result of the perception that social actors, in the figure of consumers, have on organic product and trust in organic certification, among other aspects, it was considered relevant to investigate the presence of environmental factor in this perception. For that, a case study was carried out, through the application of a questionnaire, between undergraduate and postgraduate members of courses related to the environmental area of the academic environment of the Federal University of Santa Catarina, Federal University of Paraná and University of the Itajaí Valley. As a result, although the social actors have formal knowledge in the environmental area, it was observed that most of them relate organic product with absence of pesticides, directly linking with human health, when consuming these products, but not always relating the absence contaminants to an effective environmental conservation. As one of the potential conditioning factors of this perception, it was observed the lack of knowledge about the definition of organic product foreseen in Brazilian Organic Law, Law 10.831 of December 23, 2003. Considering the organic production system as a form of environmental management, assuming that this contributed to the preservation of natural resources and environment, it is understood as necessary the propagation and expansion of knowledge about this type of system and products. Thus, this knowledge would allow consumer decision-making to be consistent with the intention of environmental conservation, which would be proportionally favorable to the product's choice of trust in its organic certification.

**Keywords:** organic production, environmental conservation, environmental management, organic certification, perception study.

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1: Motivos de consumo de produtos orgânicos.....	19
Gráfico 2: Percepção sobre o impacto do uso de agrotóxicos no ambiente.....	21
Gráfico 3: Confiança na certificação orgânica e produto certificado.....	24

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>15</b>
	2.1 OBJETIVO GERAL .....	15
	2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	15
<b>3</b>	<b>MATERIAIS E MÉTODOS.....</b>	<b>16</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>18</b>
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>26</b>
	REFERÊNCIAS .....	27
	APÊNDICE – QUESTIONÁRIO.....	33

## 1 INTRODUÇÃO

Diante do cenário atual da agricultura e da economia, é importante retomar algumas passagens na história do mundo. Na trajetória histórica, as práticas de agricultura nos primórdios de sua existência apresentavam características tradicionais sem a utilização de insumos químicos bem como de estruturas mecânicas rebuscadas, e sim a utilização de adubos próprios e tração animal. A ideia principal dessas culturas era de subsistência, através da mão-de-obra familiar, com rotação de cultura e integração entre a agricultura e pecuária.

Após esse período tradicional, e lado a lado com o término da 2ª Guerra mundial, o pós-guerra deixou resquícios marcantes na agricultura e fez com que a mesma atingisse patamares de evolução. Marcas características desse período tratam-se do desenvolvimento da indústria bélica, o desenvolvimento de máquinas e instrumentos capazes de automatizar processos das produções e plantações. No início do século XX, a agricultura se alterava rapidamente com o incremento da mecanização, a descoberta de fertilizantes minerais inorgânicos e a distribuição da colheita a longas distâncias (CONFORD, 2001). Determinados fatores foram responsáveis pela substituição da mão-de-obra, e também pela migração de agricultores do campo para locais mais desenvolvidos (RÜEGG, 1991), a procura de oportunidades.

Juntamente com esse desenvolvimento, foi observada a utilização de compostos químicos, esses efetivos primeiramente nas táticas de guerrilha e no desenvolvimento de explosivos, possuindo funções específicas e táticas nas lavouras, seja no controle de pragas ou na facilitação do trabalho por eximir facilmente plantas não desejáveis. Exemplo prático foi o agente laranja, altamente tóxico, desenvolvido nos EUA durante a segunda Guerra Mundial para ser utilizado contra os japoneses e, posteriormente, lançado no mercado de insumo agrícolas (EHLERS, 1999). Também, nessa época observou-se o aparecimento dos fertilizantes e pesticidas sintéticos como, por exemplo, o diclorodifeniltricloroetano (DDT) e seus semelhantes.

Esses avanços e facilidades do sistema, juntamente com características iniciais de industrialização, viu-se, ao longo do mundo, uma crescente importância para a economia relacionada a produção de diversos itens em larga escala para suprir a demanda mundial. Desses itens e consideravelmente mais importante até os dias atuais, o ramo da alimentação, sendo representados pela agricultura e pecuária,

passaram a desenvolver um forte mercado fomentando a expansão econômica e a formação de um comércio interno e externo.

Segundo Barbosa (2007), essa rápida ascensão da produção através da agricultura foram os chamados “sistemas agroindustriais”, que surgiram como consequência dos pressupostos que ora foram impostos pela Revolução Verde, tais como: crescente utilização e dependência de insumos químicos; produção em alta escala; especialização agrícola numa determinada cultura – a chamada monocultura – ou pecuária; e necessidade de um aporte financeiro para a manutenção do sistema de produção.

As características desse sistema de produção de alimentos, acabou intensificando ciclos naturais para serem mais rápidos e significativos, sobre explorando a capacidade natural dos ecossistemas, fertilizando os ambientes naturalmente equilibrados com moléculas não naturais, criadas industrialmente e extinguindo as fronteiras. Essas rápidas mudanças causaram impactos como compactação do solo, pragas incontroláveis e surtos de doenças, acidificação do solo e declínio na fertilidade do solo (WACHTER; REGANOLD, 2014), processos estes que colaboram com degradação ambiental.

Visto todos os problemas encontrados pela alta produção e consequente utilização de defensivos agrícolas na agricultura convencional, com comprovações da presença de resíduos químicos tanto nos alimentos (ANVISA, 2015; BAKER *et al.*, 2002; IAPAR, 2000) como no ambiente, passaram a aparecer novos sistemas de cultivo, com características semelhantes às aquelas encontradas anteriormente aos processos de industrialização.

Um sistema que vem ganhando destaque nos dias atuais, com seu consumo aumentando nas duas últimas décadas (DANGOUR *et al.*, 2010; MASCITELLI *et al.*, 2014 *apud* MASSEY *et al.*, 2018) é a agricultura orgânica. O cultivo de alimentos orgânicos teve o seu marco inicial provavelmente na década de 20, quando Albert Howard relatou em seu livro “Um testamento agrícola”, de 1940, observações de práticas agrícolas de compostagem e adubação orgânica (FAVERET FILHO *et al.*, 2002 *apud* ALVES *et al.*, 2012) e começou a ser difundida por produtores e consumidores após reconhecerem que, a enorme quantidade de compostos químicos usados em produções agrícolas e animais, poderia ter consequências danosas ao ambiente e à saúde da população (FAO, 2018), como problemas hepáticos,



oftalmológicos, distúrbios do sistema nervoso central e teratogênicos (LARINI, 1997; LARINI, 1999).

Esse sistema de produção é caracterizado pelo baixo ou não uso de insumos químicos e se caracteriza por um processo que leva em conta a relação solo-planta-ambiente, com o intuito de conservar o meio ambiente, a saúde dos homens e dos animais (MEIRELLES; RUPP, 2005). Procura-se manejar a fertilidade do solo (aspectos químicos, biológicos e físicos) através de adubações orgânicas (composto de resíduos vegetais e animais), adubação verde (leguminosas e outras), fertilizantes minerais de baixa solubilidade em água e outros produtos, visando, com isso, minimizar o impacto da agricultura no ecossistema e salvaguardar a saúde humana (CERVEIRA, 1999).

Na medida em que a demanda pela agricultura orgânica aumentou, foi preciso melhorar a confiança do produto orgânico procurado. Esse sistema passou a ter regras em todo o seu funcionamento, desde a produção até o ponto de venda, o que atesta o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2018). Esses critérios de certificação foram importantes para garantir que o produtor não sofresse concorrência desleal de produtores desonestos interessados nesse tipo de mercado (SOUZA, 2018) e também foi essencial ao conhecimento do consumidor sobre a diferença desse produto e sua principal diferença dentre os convencionais.

A produção de alimentos orgânicos no Brasil teve seu desenvolvimento a partir da década de 80, devido ao crescimento da consciência de conservação ecológica e a busca por alimentação cada vez mais saudável, sendo fundadas cooperativas de produção e consumo de produtos naturais (FAVERET FILHO *et al.*, 2002 *apud* ALVES *et al.*, 2012). A legislação que regulamenta a produção de produtos orgânicos no país, Lei n.º 10.831 de 23 de dezembro de 2003, de autoria do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, em seu artigo 1º, especifica que:

Sistema orgânico de produção agropecuária é todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento,

armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente.

Esta lei, juntamente com seus decretos e instruções normativas, determina todos os requisitos a serem cumpridos para que um produto seja certificado como orgânico no Brasil. Conforme especificado na Instrução Normativa nº 19, de 28 de maio de 2009, tais produtos serão certificados conforme seu escopo certificação, a saber: produção primária vegetal; produção primária animal; extrativismo sustentável orgânico; processamento de produtos de origem vegetal; processamento de produtos de origem animal; processamento de insumos agrícolas; processamento de insumos pecuários; processamento de fitoterápicos; processamento de cosméticos; processamento de produtos têxteis; comercialização, transporte e armazenagem; ou, restaurantes, lanchonetes e similares (MAPA, 2009).

No Brasil, a certificação orgânica pode ser feita de duas maneiras: através da realização de auditoria por terceira parte, onde um organismo de certificação de produtos devidamente acreditado pela Coordenação Geral de Acreditação do Inmetro é responsável pela verificação da conformidade orgânica do produto; ou, através de Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC), que responde por uma organização que assume a responsabilidade formal pelo conjunto de atividades desenvolvidas num sistema participativo de garantia da qualidade orgânica (MAPA, 2009). Este é constituído, em sua estrutura organizacional, por uma comissão de avaliação e um conselho de recursos, ambos compostos por representantes dos membros de cada Sistema.

Desse modo, a certificação orgânica é uma forma de garantir a qualidade e a salubridade do processo produtivo, estabelecendo uma relação de confiança entre o produtor e o consumidor, baseada em um documento, ou, certificado formal, onde são transmitidas informações sobre a segurança e origem do produto (HOPPE; BARCELLOS; VIEIRA, 2012). Segundo as mesmas autoras, assegura credibilidade aos consumidores, transparência nas práticas utilizadas, além de proporcionar aos produtores a conquista de novos mercados e chance de exportação dos mesmos.

De acordo com Farina e Rezende (2001), a qualidade do produto orgânico pode ser assegurada por um selo de certificação. No Brasil, a identificação de produto orgânico ocorre pela presença do selo único oficial do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SISORG) (MAPA, 2009). A partir de janeiro de 2010, os produtos orgânicos brasileiros começaram, de forma obrigatória, a ser identificados

pelo uso deste selo único (BATAGHIN *et al.*, 2012).

No que se refere a nível mundial, a Federação Internacional dos Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM) aponta quatro princípios para o crescimento e desenvolvimento da agricultura orgânica: o princípio da saúde, baseado na busca por um planeta saudável; o princípio da ecologia, visando sustentar os sistemas naturais; o princípio da imparcialidade, que requer equidade, respeito e justiça para todos os seres vivos; e, por fim, o princípio da atenção. Esses princípios alertam para o pensamento da coletividade bem como a manutenção dos ecossistemas para às gerações vindouras.

Segundo a mesma Federação, em seu relatório anual de 2014, 86 países tiveram registros de atividades de agricultura orgânica no ano de 2000, enquanto em 2013 o número subiu para 170 países, com área de atividade orgânica (áreas cultiváveis e não cultiváveis) de 78,2 milhões de hectares. Para o ano de 2016, em seu último relatório, houve um incremento de 8 países com atividades orgânicas, alcançando o total de 178 países e 97,7 milhões de hectares, representando uma movimentação de 80 bilhões de Euros (IFOAM, 2018).

Os índices que comprovam esse mercado ao longo do mundo, referente ao ano de 2010, classificou os países com a maior área em produção orgânica, respectivamente: Austrália, Argentina, Estados Unidos, Brasil, Espanha, China, Itália, Alemanha, Uruguai e França (SILVA, 2016). Percebe-se, na atualidade, através de dados da IFOAM (2017), que esses países se mantêm no *ranking* de produção e ainda aparecem outros países com forte apelo a produção orgânica por área, como é o caso dos países da Oceania (17, 3 milhões hectares), Europa (11,6 milhões de hectares) e América Latina (6,8 milhões hectares).

Esse mercado de produtos orgânicos vem corroborando com os objetivos do desenvolvimento sustentável. Seu crescimento progressivo, junto com uma cultura de consumo consciente, onde os consumidores levam em consideração os impactos que suas opções e estilo de vida causam ao planeta, buscam a minimização dos efeitos negativos, derivados do seu consumo, no meio ambiente e na sociedade (SOUZA NETO *et al.*, 2016). Desta forma o desenvolvimento sustentável seria o resultado da soma do desenvolvimento econômico mais a preocupação com o meio ambiente (SERAMIM, 2018). Portanto, a efetividade dos princípios do desenvolvimento sustentável encontra dificuldade, na maioria das vezes, justamente no ambiente das organizações, por serem antagônicos aos princípios do modelo econômico

neoclássico que as criaram (MORAES *et al.*, 2016), uma vez que os principais atores desses sistemas são pessoas dotadas de percepções e conhecimentos diferentes.

Considerando o sistema de produção orgânica como uma forma de gestão ambiental dos recursos naturais e segundo Lanna (1995) define o processo de gestão ambiental como a articulação das ações dos diferentes agentes sociais que interagem em um dado espaço, adequando as formas de uso dos recursos naturais, econômicos e socioculturais às especificidades do ambiente, através de estratégias e princípios previamente deliberados. Conforme o uso dado aos recursos naturais, se permitirá que estes cumpram com suas funções ecológicas, atribuídas pelo homem aos recursos ambientais em forma de serviços ecológicos ou ambientais (VASCONCELOS, 2012).

Segundo Millennium Ecosystem Assessment (2003), os serviços ecológicos (definidos como os benefícios obtidos dos ecossistemas pelas pessoas) podem ser divididos em três tipos que contribuem diretamente ao bem-estar humano: serviços de provisão ou bens ecológicos, como alimento e madeira; serviços reguladores, referentes à regulação hídrica, de erosão ou climática; e, os serviços culturais, referentes a serviços de recreação, espirituais ou religiosos. Locatelli *et al.*, (2009) acrescentam um quarto tipo: serviços de apoio, necessários à produção de outros serviços

Os serviços ecológicos são tidos em escala local, como no caso de produtos florestais não madeireiros e polinização; regional, como os serviços hidrológicos; e, global, como a fixação de carbono (LOCATELLI *et al.*, 2009). Desse modo, entende-se que o sistema de produção orgânica presta serviços ecológicos, cumprindo com as funções ecológicas e sociais do campo reconhecidas pela Constituição Brasileira de 1988, ambos requisitos ao direito de posse da terra, com impactos tanto locais quanto regionais.

Atualmente, é cada vez mais evidente a preocupação ambiental nas sociedades, consumidores exigentes e atentos às ações desenvolvidas pelas organizações, ou seja, preocupação com a qualidade do produto, considerando também o processo produtivo, os recursos utilizados e os possíveis impactos ambientais (BERTOLINI; BRANDALISE; LEZANA, 2012). Essa percepção e a consciência ambiental podem influenciar a compra por produtos com selos certificados, produtos verdes ou ecologicamente corretos, refletindo assim um consumo melhor controlado e responsável. Esse fator ambiental é algo que altera a

percepção do consumidor no momento da decisão de aquisição de determinado produto (DRUMWRIGHT, 1994; MENON; MENON, 1997).

Bertolini *et al.*, (2009), evidenciam que a deficiência de certos conceitos nas culturas locais e o acesso à informação podem definir um estilo de mercado inconsciente perante os quesitos ambientais. Para Solomon (2002), as pessoas compram um produto pelo seu significado e não por aquilo que ele faz. Neste sentido, esse comportamento de compra estaria ligado à cultura local, às pessoas em contato como amigos e família, às experiências, ao seu ambiente como um todo e também à sua realidade econômica. Isto quer dizer que um produto (tais como os produtos orgânicos), representa muito mais do que sua simples função fisiológica (SAMBIASE *et al.*, 2007). Segundo AERTSENS *et al.*, 2009; DAROLT, 2000; MAGISTRIS; GRACIA, 2008; KRISCHKEL; TOMIELLO, 2009; NIGGLI *et al.*, 2008; SAMBIASE LOMBARDI *et al.*, 2007; SPERS; ROCHA; SPERS, 2007; VILAS BOAS; PIMENTA; SETTE, 2006 *apud* HOPPE, 2010, os fatores decisivos para a compra e consumo de produtos orgânicos, em geral apontam questões sobre a saúde (do indivíduo e/ou da família), o cuidado com o ambiente, além da segurança alimentar e do sabor do alimento.

A visão não somente do grupo de consumidores, como cada indivíduo dotado de conhecimentos, passa a ter relação direta aos processos decisórios sobre a compra de produto. Essa visão pode ser caracterizada como a percepção, que de acordo com Ribeiro (2015), trata-se do processo por meio do qual uma pessoa escolhe, organiza e entende as informações para criar uma ideia própria do mundo. Acrescendo, Bertolini *et al.*, (2009) consideram a percepção como uma ocorrência que antecede ao processo de aquisição dos produtos.

Essa característica pode ser expandida para as áreas ambientais, onde se um grupo de pessoas têm consciência no setor ambiental, logo a percepção ambiental das mesmas é representada por um constructo estruturado em torno de crenças, preocupações e atitudes ambientais, que impactam em práticas de consumo (CÔRTEZ; MORETTI, 2013).

Acredita-se que diversos fatores compõem o que se refere à percepção. De acordo com Sheth *et al.*, (2001), consideram fatores como as características do estímulo, o ambiente cultural e social no qual o consumidor está inserido, ou ainda as características pessoais do indivíduo fatores cruciais para moldar a percepção. Percebe-se que os processos decisórios envolvem inúmeras áreas do conhecimento

e que todos, na sua intensidade e mesclados, são fatores chave para a escolha de determinados produtos. Em acordo com esse pensamento, Churchill e Peter (2000) afirmam que o processo decisório do consumidor acontece a partir de cinco premissas: reconhecimento das necessidades, busca de informações, avaliação das alternativas, decisão de compra e avaliação pós-compra.

Todos esses fatores dizem respeito ao conhecimento e à consciência de cada indivíduo, bem como sua sabedoria perante um momento decisório, nesse caso, a compra de produtos. Ou seja, a percepção que as pessoas têm da circunstância de compra de um produto e/ou serviço é resultado destes estímulos e influencia o motivo da pessoa decidir por um ou outro produto, ou serviço (KOTLER, 2000).

Dada a relevância dos sistemas de produção orgânica na gestão ambiental e entendendo-se que a percepção sobre o produto orgânico constitui um dos fatores que determinam a decisão pelo seu consumo faz-se necessário conhecer a presença do fator conservação ambiental nesta percepção. Desse modo, é possível traçar estratégias de mercado que favoreçam a gestão racional dos recursos naturais através dessa alternativa de sistema produtivo.

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Identificar a presença do fator conservação ambiental na percepção e decisão de consumo sobre produto orgânico de atores sociais com conhecimento formal na área ambiental.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Determinar e quantificar a percepção sobre produto orgânico e sua relação com a preservação ambiental;

Determinar e quantificar a percepção sobre certificação orgânica e confiança no produto certificado.

### 3 MATERIAIS E MÉTODOS

Para atingir o objetivo deste trabalho, realizou-se um estudo de caráter qualitativo, optando-se por desenvolver um estudo de caso. A pesquisa foi aplicada durante sete dias, entre o período de 31/07/2018 e 07/08/2018 tendo a participação de 50 membros acadêmicos de graduação e pós-graduação dos cursos de oceanografia, engenharia agrônoma, biologia, e de áreas correlatas da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Universidade Federal do Paraná (UFPR). O universo de pesquisa foi delimitado entre atores sociais do meio universitário de áreas afins com a temática ambiental, os quais entende-se que possuem conhecimento formal sobre ambiente e conservação ambiental, realizando-se um estudo de percepção junto a estes. A pesquisa foi encerrada quando encontrado o ponto de saturação, este determinado pelo próprio alcance do questionário e também pela porcentagem de respondentes em número inteiro. Com a diminuição do recebimento de respostas, foi determinado uma linha de corte para respostas de 50 ou 100 indivíduos, no sentido de facilitar a contagem e a comparação das percepções. No presente estudo foram analisados o universo da primeira característica.

Foi aplicado questionário semiestruturado (apêndice), disponibilizado de forma *online* através da plataforma Google docs, compartilhado através de e-mail e redes sociais, composto por perguntas do tipo abertas, sem fornecimento de sugestões de resposta ao entrevistado; e, perguntas do tipo fechadas, sendo fornecidas opções de respostas. Assim como no estudo de Vasconcelos (2012), visando entender o comportamento humano a partir da intenção comportamental e de poucas variáveis explicativas, a construção do questionário seguiu, basicamente, as orientações de Ajzen (2002). Para este autor, quatro elementos de um comportamento definem sua construção latente, propósito, ação, contexto e tempo. Ajzen (2002) se baseia na teoria do comportamento planejado (*theory of planned behavior*) para orientar a formulação das questões, a qual é baseada no pressuposto de que os indivíduos tomam suas decisões de forma eminentemente racional e utilizam sistematicamente as informações que estão disponíveis (VASCONCELOS, 2012).

Optou-se por montar um banco de dados com as informações coletadas, o qual subsidiou a análise a partir do método de análise de conteúdo, proposto por Bardin (1997) e reiterado por Bauer (2002). Esse tipo de análise responde por uma



metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos, conduzidos a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas (MORAES, 1999). A sequência de análise foi de categorização, descrição e interpretação conforme descrito por Moraes (1999), tendo sido selecionada categorias de pensamento latente a partir desta.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os indivíduos foram questionados quanto às suas ações em relação ao ambiente, se os mesmos se importavam com a conservação ambiental. A parcela mais significativa dos resultados, com 31 respostas, considera que suas ações parcialmente, ou sempre que possível, são relacionadas com a conservação. Em contrapartida, 18 participantes afirmaram que todas as suas ações são tomadas pensando na conservação.

Essas ações de conservação mencionadas pelos entrevistados podem ser exemplificadas pela separação do lixo (45 respostas), reutilização de embalagens retornáveis (36 respostas), uso de produtos orgânicos aos convencionais (26 respostas) e utilização de produtos com alguma certificação (14 respostas). Em palavra dos mesmos, outras ações foram mencionadas sobre o presente assunto como: “ economia de água e energia; recusa e ou redução de embalagens plásticas; utilização de rascunhos; estudo nas áreas ambientais, facilitando assim, os processos de entendimento”.

Nespolo *et al.*, (2016), em seu trabalho que objetivou analisar a tomada de decisão das pessoas relacionada a conservação do ambiente, por meio da heurística, concluíram que 65,5% dos respondentes na maioria das vezes separam o lixo tendo essa como a sua principal característica de conservação, evidenciando os resultados da presente pesquisa. Este estudo afirma que existe uma distância entre a execução da conservação do ambiente com as práticas individuais efetivas, que visam a conservação.

Quanto à investigação da percepção sobre produto orgânico, a maioria dos participantes (42 respostas) relacionou suas respostas com a presença ou ausência de agrotóxicos. Além destas, seus sinônimos (fertilizantes, pesticidas, produtos químicos ou industriais, defensivos agrícolas, insumos tóxicos e insumos artificiais). Tal resultado corrobora com o encontrado por Terra e Costa (2017), onde consumidores de alimentos orgânicos em Santana do Livramento no Rio Grande do Sul acreditam que esses produtos são produzidos sem a utilização de agrotóxicos em 90,5%. Concordando com esses dados, Andrade (2012), em estudo das motivações de consumo em Minas Gerais, encontrou valores semelhantes para o conceito desse alimento, onde 69,7% definem sendo isentos de agrotóxicos ou pesticidas e 14,5% livres de produtos químicos.

As demais 8 respostas se assemelharam em algum nível àquelas compreendidas na legislação orgânica. Frações mais significativas destas percepções são “produtos com determinado tipo de produção, previstas em lei, e que garantem a sustentabilidade”, “produto desde origem até sua comercialização conta com recursos da natureza, menor utilização de matérias primas finitas visando menor impacto ambiental”, “cultivados de forma sustentável visam uma melhor qualidade de vida para quem produz e para quem consome, ajudando o ambiente”, “produto com base sustentabilidade social, econômica, ambiental”, “livre de químicos em toda cadeia produtiva e sua distribuição deveria atender o tripé da sustentabilidade”.

Todas essas percepções evidenciadas no presente trabalho, onde essas são semelhantes, fazem ligação com a ideia de que um alimento orgânico se trata de um alimento sem agrotóxico, o que não se observa na legislação deste produto, onde a mesma considera inúmeros fatores que compreendem não somente as características da adição de compostos químicos sintéticos, mas leva em consideração o ambiente como um todo, compreendendo fatores ambientais, econômicos, sociais e culturais.

Quando questionados sobre quais os principais motivos do consumo destes produtos orgânicos, conforme apresentado no Gráfico 1, os motivos mais significativos das respostas estão ligados aos benefícios da saúde (45 respostas), por serem livres de agrotóxicos (44 respostas), respeitar a conservação do ambiente (39 respostas), fatores sensoriais, mais saborosos (29 respostas), reconhecimento do tripé da produção (28 respostas) e livres de transgenia (21 respostas).

Gráfico 1: Motivos de consumo de produtos orgânicos



**FONTE: O autor (2018).**

O SEBRAE-PR, através de pesquisa realizada pelo Datacenso (2002), realizou um levantamento, a fim de analisar os motivos levados em consideração

pelos consumidores na hora da compra dos produtos orgânicos, no sul e sudeste do Brasil. O principal motivo encontrado está relacionado com a saúde, seguido da ausência de agrotóxicos. Outros fatores, mas não tão decisivos, estão atrelados ao sabor e qualidade do produto.

Tais fatores vão de encontro com o estudo da ORGANIS (2017), realizado no Brasil para levantamento do consumo de orgânicos, onde o principal motivo de consumo atrelou-se a aspectos mais saudáveis, com 64%, por fatores ligados à proteção ambiental (18%) e por curiosidade (9%). Os valores mencionados anteriormente também estão presentes no trabalho realizado por Souza Neto *et al.*, (2016), onde foram caracterizados aspectos de influência relacionados a aquisição destes produtos, aparecendo novamente em primeiro lugar a saúde pessoal e familiar (98,02%), seguidos de valores nutritivos (95,14%), em quarto lugar a substituição do uso de agrotóxicos (93,07%) e somente em 9º lugar o quesito ambiental (77,23%). Afirmando os dados já mencionados e explicando os motivos que levam os consumidores a comprar produtos orgânicos, Terra e Costa (2017) corroboram que aspectos ligados a saúde (20%) e a qualidade de vida (32,5%) são mais significativos, seguidos de fatores que relacionam a não ingestão de agrotóxicos (42,5%) e, por fim, a conservação do ambiente (2,5% das intenções de compra).

A saúde foi o principal fator em relação à intenção de compra em estudo realizado por Grankvist e Biel (2001), fator esse fortemente correlacionado com a frequência de compra de produtos orgânicos, considerando também que valores ambientais podem criar uma predisposição para alterar os processos de escolha.

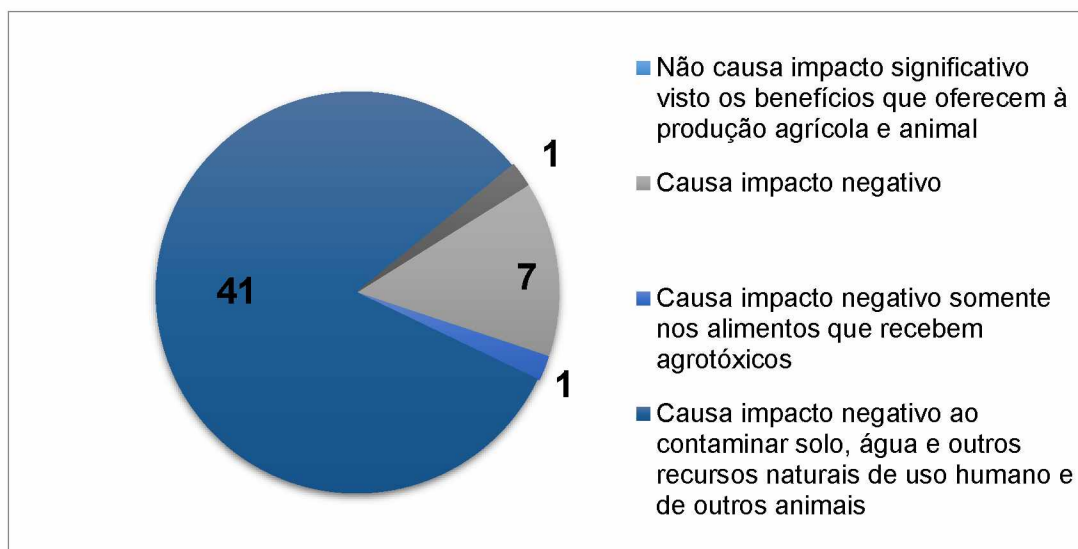
Esse comportamento de compra altamente relacionado a motivos ligados a saúde, deixam no pano de fundo aspectos importantes ligados as questões de sustentabilidade e do meio ambiente. Magnusson *et al.*, (2003), explicam que o fato da preocupação ser maior com a qualidade e a segurança alimentar do que com a conservação ambiental, podem estar relacionadas com escolhas por motivos mais egoístas do que altruístas. Desta forma, foi observado que muitas vezes não existe a ligação que impactos indiretos através do ambiente também possam afetar o homem, evidenciando que não há um pensamento nesse sentido, bem como uma ação de não considerar a conservação nesse sentido.

A nível internacional pode-se mencionar o projeto CONDOR (*Consumer Decision Making on Organic Products*), financiado pela União Europeia e aplicado em oito países Europeus, o qual teve o objetivo através da teoria do comportamento

planejado, compreender valores, atitudes e aspectos afetivos que regem o consumidor de alimentos de origem orgânica. Os principais resultados sugerem o mesmo nível de pensamento dos trabalhos citados anteriormente, baseados nos benefícios da saúde, das características sensoriais e também da parcela social e ecológica. É interessante alertar que o estudo mostra a falta de conhecimento do produto, bem como a dificuldade de encontra-lo, são motivos fortes para o não consumo dos mesmos (THOGERSEN, 2009).

Dessa forma, buscando tentar entender como a variável ambiental está ligada às percepções, foi perguntado aos entrevistados sobre o impacto que o uso de agrotóxicos poderia causar no ambiente (Gráfico 2). Observou-se também que 41 participantes direcionam sua resposta para o impacto negativo direto, e em consequência, afirmam, que esse impacto estaria ligado a contaminação dos recursos naturais, solo e água, seja de uso humano ou de animais.

Gráfico 2: Percepção sobre o impacto do uso de agrotóxicos no ambiente



FONTE: O autor (2018).

Essas respostas vão em direção à citação de Veiga *et al.*, (2006), explicam que a aplicação de agrotóxicos pode contaminar o solo e sistemas hídricos, culminando na degradação ambiental que teria como consequências prejuízos à saúde e alterações significativas nos ecossistemas. As demais 7 respostas mencionaram impacto negativo no ambiente, 1 resposta impacto direto somente nos alimentos e 1 resposta acredita que o uso de agrotóxicos causa impacto positivos, visto os benefícios que causam na produção como um todo.

Quando questionados sobre qual a relação entre a conservação do meio ambiente em função do consumo dos produtos orgânicos, 36 entrevistados, avaliou que existe correlação em adquirir ou consumir esse tipo de produto com a conservação ambiental. Outras 5 citaram que não há ligação com a conservação e 7 respostas apresentaram dúvidas quanto à conservação desse sistema, acreditando que os orgânicos atuam de forma parcial.

Uma das percepções positivas e que vai de encontro a ideia da conservação ambiental apresentou fatores sobre “contaminação do solo através de químicos, sendo estes levados pela água das chuvas e ventos para cidades vizinhas podendo prejudicar a saúde do homem e do meio”, “conservação do solo, preservação de pássaros, insetos e demais animais, promovendo o equilíbrio entre fauna e flora”. Um fato interessante, houve contribuição sobre metas e normativas de outros países “ações de países desenvolvidos onde até 2020 pretendem banir ou extinguir produtos que não sejam orgânicos, promovendo produção mais sustentáveis”.

Essa percepção positiva a respeito da conservação, pode ser explicada e melhor representada pela legislação orgânica citada anteriormente, ainda no art. 1º, § 1º onde explicam a finalidade de um sistema orgânico e vão ao encontro com os exemplos e definições explanadas pelo entrevistado. Pode-se considerar também as informações das alíneas II, III e IV as quais se referem a: preservação da diversidade biológica dos ecossistemas naturais ou a recomposição ou incremento desta; incremento da atividade biológica dos solos; e a promoção do uso saudável do solo, da água e do ar, reduzindo ao mínimo as fontes de contaminação que possam resultar das práticas agrícolas. Ainda, cabe ressaltar, a parcela da conservação do solo, através da alínea V, com a manutenção ou incremento da fertilidade.

Através do universo de 50 respondentes, uma das principais características das percepções foram que poucos participantes tiveram significativo conhecimento sobre a legislação do sistema de produção orgânico e, através dos fatores considerados nas percepções, conseguem relacionar os fatores ambientais com as possíveis consequências que o mesmo poderia sofrer, de acordo com o tipo de produção escolhido. A maioria consegue refletir causas pontuais e impactos simples, omitindo o entendimento dos ciclos que acontecem perante essas problemáticas.

As demais percepções com indecisão 7 respostas e que não ligam a conservação através do consumo de orgânicos 5 respostas, podem provavelmente estar motivado pela falta de entendimento ou conhecimento do presente tema.

Bataghin, Spinola e Costa (2012) notaram que, apesar de 35% dos entrevistados possuírem nível mediano de conhecimento perante o assunto relacionado a produtos orgânicos, 25% afirmaram que não possuíam nenhum ou baixo conhecimento.

A falta de clareza e confiabilidade do processo de produção e das etapas que nele são requeridas podem, provavelmente, estar sendo o motivo chave que altera a percepção sobre a conservação ambiental. Isso faz com que os indivíduos considerem certos fatores que apresentam significância (ou que os mesmos tenham conhecimento) e acabam por descartar outros (que não acreditam ser relevantes, mas que fazem parte correta do processo), promovendo um comportamento tendencioso perante essa percepção. Em estudo sobre a percepção dos consumidores sobre alimentos orgânicos, Casemiro e Trevisan (2009) afirmam que os tipos de informação chegam até os indivíduos em 41% através da televisão, seguidos de folhetos e informativos (21%) e em menor escala por jornais e internet. Ainda afirmam que a falta de aprofundar os conhecimentos sobre os modelos de produção e, conseqüentemente as informações do que realmente é produto orgânico, seja um motivo significativo das percepções encontradas no presente trabalho.

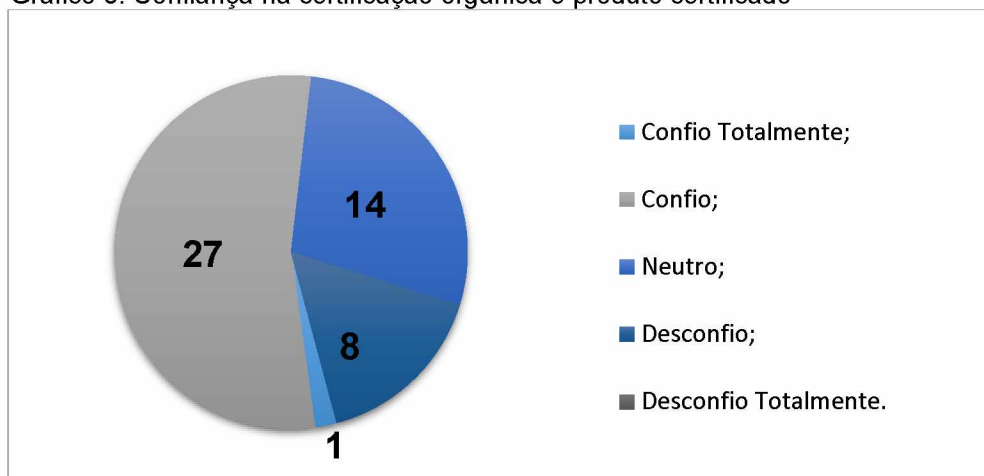
Quando perguntado aos entrevistados se sabiam da existência da Lei nº 10.831/03, a qual regulamenta a produção orgânica, 29 pessoas responderam que desconheciam, contra 21 que afirmam saber da existência desta lei. Em outro momento, foi perguntado também se tinham conhecimento que todo o sistema para ser considerado orgânico passa por processos de auditoria e fiscalização, assegurando que a produção cumpra com a lei mencionada anteriormente. Para a surpresa, foi observado 36 respostas positivas, confirmando o conhecimento dessa etapa, enquanto que somente 14 escolhas negaram o conhecimento a respeito do tema abordado.

Visando ter um entendimento mais claro do que a certificação dos produtos representa para os entrevistados, foi questionado o entendimento sobre certificação orgânica. Aparentemente a maioria dos entrevistados tem conhecimentos sobre a certificação e definem a mesma com sinônimos de: leis, normas e diretrizes, definições presentes em 15 respostas; “certificado, atestado, validação, qualificação” em 12 respostas; “livres de agrotóxico” em 6 respostas; “dotados ou assegurados por selos de certificação” em 4 respostas e 1 pessoa que não reconhece o que isso representa.



Quando interrogados sobre a confiabilidade desta certificação perante qualquer processo de decisão, 27 entrevistados confiam na certificação, 14 entrevistados permanecem neutros e 8 entrevistados desconfiam desta característica (Gráfico 4). Citando o mesmo estudo anterior realizado ORGANIS (2017), os entrevistados consideram um alimento orgânico através de informações contidas no seu rótulo (37%) e a importância da presença de selos de certificação nos produtos (8%).

Gráfico 3: Confiança na certificação orgânica e produto certificado



**FONTE: O autor (2018).**

A confiabilidade destes produtos pode estar assegurada através dos processos de fiscalizações e auditorias nas escalas de produção, porém, o consumidor consegue se orientar através da presença destes selos nos produtos, assegurando a confiabilidade de ser orgânico. Nesse sentido, foram encontrados por Andrade e Bertoldi (2012), resultados onde mais da metade dos consumidores (50,5%) não soube dizer a significância dos selos nos produtos, por não entender o que eles representavam e qual informação estava embutida no mesmo. Quanto a confiança e veracidade dessas informações, de acordo com o estudo de Bataghin, Spindola e Costa (2012), 10% desconfiam totalmente na significância destes selos, 32,5% desconfiam parcialmente, 20% acreditam que podem ser confiáveis e (35%) confiam plenamente nessas informações. De acordo com Coltro (2006), essas informações resumizam e garantem a qualidade natural, nutricional e biológica do alimento aos consumidores. Além de assegurar a rastreabilidade, a organicidade e principalmente, que o produto foi desenvolvido dentro de normas estabelecidas e que



de maneira geral são igualitários ou melhor relacionados na área ambiental, social, econômica e cultural.

## 5 CONCLUSÃO

No presente estudo, observou-se que, ainda que os atores sociais possuam conhecimento formal na área ambiental, a maioria destes relaciona produto orgânico à ausência de agrotóxicos fazendo ligação direta com a saúde humana e esta relação não foi proporcionalmente estendida à uma eficaz conservação ambiental.

A corroborar com tal constatação, o motivo de preferência pelo produto orgânico foi relacionado a aspectos ligados à satisfação e benefício próprios diretos, (saúde, qualidade dos alimentos, aspectos sensoriais).

As funções ambientais, embora identificadas e reconhecidas, apareceram em segundo plano, onde poucas percepções manifestadas consideram as características que afetam o ambiente, também poderão afetar o homem.

A falta de clareza sobre produção e certificação orgânica observada neste e a tendência de visão não sistêmica sobre o mundo, ao considerar-se a partes separadas e não relacionadas foi observada quando a preocupação mencionada se limita a interesses pessoais do que com a coletividade.

Considerando-se o sistema de produção orgânico como uma forma de gestão ambiental, foi observada a necessidade da propagação e ampliação do conhecimento sobre esse tipo de sistema para a formação de uma estrutura de pensamento deixando de olhar separadamente o homem e o ambiente.

Ao permitir que a melhoria proposta aconteça, sugere-se a realização de outros estudos com abordagem sistêmica, os quais investiguem mais profundamente quais são os elementos presentes na percepção de diferentes grupos da sociedade em relação ao produto orgânico e todo o seu sistema de inserção.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Luísa Mol Senna; BERTOLDI, Michele Corrêa. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte - MG. **Brazilian Journal Of Food Technology**, v. 15, n., p.31-40, 22 nov. 2012.

ALMEIDA, D.L.; AZEVEDO, M.S.F.R.; CARDOSO, M.O.; DE-POLLI, H.; GUERRA, J.G.M.; MEDEIROS, C.A.B.; NEVES, M.C.P.; NUNES, M.U.C.; RODRIGUES, H.R.; SAMINEZ, T.C.O.; VIEIRA, R.C.M.; Agricultura Orgânica: **Instrumento para a Sustentabilidade dos Sistemas de Produção e Valoração de Produtos Agropecuários**. Seropédica: Embrapa Agrobiologia, dez. 2000. 22p. (Embrapa Agrobiologia. Documentos, 122).

ALVES, A. C. O.; SANTOS, A. L. S.; AZEVEDO, R. M. M. C. Agricultura orgânica no Brasil: sua trajetória para a certificação compulsória. **Revista Brasileira de Agroecologia**, Rio de Janeiro, v. 7, n.2, p.19-27, 2012.

AJZEN, I. Constructing a TpB Questionnaire: conceptual and methodological considerations. 2002. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/0574/b20bd58130dd5a961f1a2db10fd1fcbae95d.pdf>>. Acesso em: 08 jan 2019.

ANVISA. **Programa de análise de resíduos de agrotóxicos em alimentos**, Brasília. 25 novembro 2016. Relatório de atividade de 2013 à 2015. Disponível em: <[http://portal.anvisa.gov.br/documents/111215/0/Relat%C3%B3rio+PARA+2013-2015\\_VERS%C3%83O-FINAL.pdf/494cd7c5-5408-4e6a-b0e5-5098cbf759f8](http://portal.anvisa.gov.br/documents/111215/0/Relat%C3%B3rio+PARA+2013-2015_VERS%C3%83O-FINAL.pdf/494cd7c5-5408-4e6a-b0e5-5098cbf759f8)>. Acesso em: 28 de julho de 2018.

BAKER, B. P.; BENBROOK C. M.; GROTH, E.; BENBROOK, K. L. Pesticide residues in conventional, integrated pest management (IPM) grown and organic foods: insights from three US data sets. **Food Additives & Contaminant**, v. 19, n. 5, p.427-446, maio 2002. Informa UK Limited.

BARBOSA, L. C. B. G. **A comercialização de produtos orgânicos como alternativa para a geração de sustentabilidade aos agricultores familiares**. 260 f. Dissertação (Mestrado Desenvolvimento e Meio Ambiente), Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2007.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som**. Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

BRASIL. Lei n. 10831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 24 dez. 2003. Seção 1, p.8.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa nº 19, de 28 de mai. 2009. Aprova os mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica. **Diário Oficial da União**, Brasília, 29 mai. 2009, Seção 1, p. 16 - 26.

BATAGHIN, F. A.; SPINOLA, L. B. P.; COSTA, M. A. Perfil dos consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Carlos – SP. **Revista matiz online**, Matão, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.immes.edu.br>>. Acesso em 28 julho de 2018.

BERTOLINI, G. R. F.; BRANDALISE, L. T.; ROJO, C. A.; LEZANA C. Á. G. R. A viabilidade financeira no desenvolvimento de produtos ecológicos valorizados pelos consumidores. **Revista de Gestão e Projetos**, v. 4, n. 3, p. 1-29, 2012.

BERTOLINI, G. R. F., POSSSAMAÍ, O., & BRANDALISE, L. T. A percepção dos consumidores de produtos ecologicamente corretos: estudo de caso em pequena empresa. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 3, n. 1, p. 99-119. 2009.

BERTOLINI, G. R. F.; ROJO, C. A.; LEZANA, Á. G. R. Modelo de análise de investimentos para fabricação de produtos ecologicamente corretos. **Revista de Gestão & Produção**, São Carlos, v. 19, n.3, p. 575-588, 2012.

CERVEIRA, R.; CASTRO, C. M. **Consumidores de Produtos Orgânicos da cidade de São Paulo: Características de um padrão de consumo**. Informações Econômicas. São Paulo, v. 29, n. 12, 1999.

CASEMIRO, A. D.; TREVISAN, S. D. P. Alimentos orgânicos: Desafios para o domínio público de um conceito. In: **Second International Workshop in advances in cleaner production**. São Paulo, 2009.

CHURCHILL JÚNIOR, G. A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para o cliente**. São Paulo: Saraiva, 2000.

COLTRO, A. **O comportamento do consumidor consciente como fonte de estímulos de mercado às ações institucionais sócio-ambientais**. Dissertação (Mestrado em Gestão integrada), Centro Universitário SENAC, São Paulo, 2006,

CONFORD, P. **The Origins of the Organic Movement**. Edinburgh, Scotland: Floris Books. 2001.

CÔRTEZ, P. L.; MORETTI, S. L. A. Consumo verde: um estudo transcultural sobre crenças, reocupações e atitudes ambientais. **Revista Brasileira de Marketing**. v. 12, n. 3, p. 45-76. Setembro 2013.

DATAcenso. **Mercado de Produtos Orgânicos: Consumidor**. Curitiba: SEBRAE, 2002. 89 p.

DRUMWRIGHT, M. E. Socially responsible organizational buying: environmental concern as a noneconomic buying criterion. **Journal of Marketing**. v. 58, n. 3, p.1-19, julho. 1994.

EHLERS, E. Agricultura Sustentável: origens e perspectivas de um novo paradigma. N. 2, Guaíba: Agropecuária, 1999.

FARINA, E. M. M. Q.; REZENDE, C. L. Organic Products in Brazil: Institutional Environment and Competition Patterns. In: **Anais do encontro de 2001 da**

**International Society for New Institutional Economics**, Berkeley, California, USA. 2001.

FAO. **Organic agriculture: what is this?** Disponível em: <<http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/pt/>>. Acesso em: 22 jul. 2018.

GRANKVIST, G.; BIEL, A. The importance of belief and purchase criteria in the choice of eco-labeled food products. **Journal of Environmental Psychology**, v. 21, n. 4, p.405-410, dezembro. 2001.

HOPPE, A.; BARCELLOS, M. D.; VIEIRA, L. M.; MATOS, C. A. Comportamento do Consumidor de Produtos Orgânicos: uma Aplicação da Teoria do Comportamento Planejado. **Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**. v. 9, n. 2, p. 174-188. Abril/junho. 2010.

IAPAR. **Agronegócio do Paraná: perfil e caracterização das demandas das cadeias produtivas**. Londrina: IAPAR, 2000. p.109-114.

IFOAM – Organics International. 2014 Consolidated Annual Report of IFOAM - Organics International, 2014. Disponível em: <[https://www.ifoam.bio/sites/default/files/ar2014\\_web.pdf](https://www.ifoam.bio/sites/default/files/ar2014_web.pdf)>. Acesso em: 21 07 2018.

IFOAM – Organics International. Leading Change, Organically. 2017 Consolidated Annual Report of IFOAM - Organics International, 2017.

IFOAM – Internacional Federation of Organic Agriculture Movements. Disponível em: <<https://www.ifoam.bio/en/organic-landmarks/principles-organic-agriculture>>. Acesso em: 28 07 2018.

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Pretince Hall. 2000.

LANNA, A. E. L. **Gerenciamento de bacia hidrográfica: aspectos conceituais e metodológicos**. Brasília: IBAMA, 1995.

LARINI, L. **Toxicologia**. São Paulo: Manole, 1997.

LARINI, L. **Toxicologia dos praguicidas**. São Paulo: Manole, 1999.

MAGNUSSON, M. K. ARVOLA, A. HURSTI, U. K.; ÅBERG, L. SJÖDÉN, P. O. Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. **Appetite**, v. 40, n. 2, p.109-117, fev. 2003.

MASSEY, M.; O'CASS, A.; OTAHAL, P. A meta-analytic study of the factors driving the purchase of organic food. **Appetite**, v.125, p.418-427, jun. 2018.

MENON, A.; MENON, A. Enviropreneurial Marketing Strategy: The Emergence of Corporate Environmentalism as Market Strategy. **Journal of Marketing**, v. 61, n. 1, p.51-67, jan. 1997.

Millennium Ecosystem Assessment. Disponível em: <<https://www.millenniumassessment.org/en/index.html>>. Acesso em 15 set 2018.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTEIMENTO (MAPA). Regularização da produção orgânica. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/regularizacao-da-producao>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018.

MEIRELLES, L.R.; RUPP, L.C.D. **Agricultura Ecológica: Princípios Básicos**. Cartilha do Centro Ecológico de Ipê, Rio Grande do Sul: 2005.

MONTEIRO, M. N. C.; SALGUERO, M.; COSTA, R. T.; GONZALES, R. B. Os alimentos orgânicos e a percepção de seus atributos por parte dos consumidores. In: VII SEMEAD, Pesquisa Quantitativa Marketing. Disponível em: <[http://sistema.semead.com.br/7semead/paginas/artigos%20recebidos/marketing/MKT08\\_-\\_Os\\_alimentos\\_organicos\\_consumidores.PDF](http://sistema.semead.com.br/7semead/paginas/artigos%20recebidos/marketing/MKT08_-_Os_alimentos_organicos_consumidores.PDF)>. Acesso em: 29 07 2018.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MORAES, A. E. L.; AZEVEDO, D. B.; MAGALHÃES, L. L. K.; ROSA, R. O.; CASAGRANDA, Y. G. Gestão Ambiental Nas Organizações Rurais De Produção Orgânica Do Entorno De Campo Grande-Ms: O Caso De Uma Cooperativa. In: **Encontro internacional sobre gesto empresarial e meio ambiente – ENGEMA**. Dezembro 2016.

NASCIMENTO, L. F. (2012). **Gestão ambiental e sustentabilidade**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração –UFSC. Brasília: CAPES, UAB.

NESPOLO, D.; BORELLI, V. A.; FIDELIS, A. C. F.; MACHADO, S. M.; OLEA, P. M.; ROCHA, J. M. Consumo consciente, meio ambiente e desenvolvimento sustentável: análise da tomada de decisão com base nas heurísticas. **Revista de Administração da Ufsm**, v. 9, p. 137-148, 7 ago. 2016.

ORGANIS, Consumo de Produtos Orgânicos no Brasil. Pesquisa Nacional sobre consumo orgânicos, 2017. Disponível em: <<http://materiais.organicabrasil.org/o-consumo-de-organicos-no-brasil>>. Acesso em 30 07 2018.

PLANETA ORGÂNICO. **Mercado e consumo de alimentos orgânicos no mundo**. s.d. Disponível em: <<http://planetaorganico.com.br/site/index.php/relatorio-n1/?s=possui090%20milh%C3%B5es%20de%20hectares%20agricultur%C3%A1veis>>. Acesso em: 06 ago. 2018.

RIBEIRO, L. **Marketing social e comportamento do consumidor**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

RÜEGG, E. F. **Impacto dos agrotóxicos: sobre o ambiente, a saúde e a sociedade**. São Paulo: Ícone, 1991.

SAMBIASE L. M. F.; PEROSA, B. B.; PEROSA, J. M.; BUSO, D. R.; NASCIMENTO, F. Consumer behavior for organic products in Botucatu – SP. In: INTERNATIONAL PENSA CONFERENCE, 6, Ribeirão Preto, 2007. Anais... Ribeirão Preto: PENSA, out. 2007.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SOUSA, A. C. **Sustentabilidade e Produção Orgânica: Fazenda Nossa Senhora Aparecida em Hidrolândia-GO**. 142f. Dissertação (Mestrado em Agronegócio). Escola de Agronomia, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2018.

SOUZA NETO, P. M.; DANTAS, J. C.; MARTINS, E. B. M.; NASCIMENTO, E. P.; SILVA, M. V. **Consumo consciente: O perfil de Produtores Orgânicos**. In: Congresso Internacional de Administração, Rio Grande do Norte. Acesso em agosto 2018

SHETH, J.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. **Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, A. T.; SILVA, S. T. Panorama da Agricultura orgânica no Brasil. **Segurança Alimentar e Nutrição**, v. 23, p.1031-1040. 21 dez. 2016.

SELLTIZ, C; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisas nas relações sociais**. São Paulo: EPU, 1987.

SERAMIM, R. J.; ZANELLA, T. P.; JOHANN, J. A.; BERTOLINI, G. R. F. Percepção do consumidor e a gestão ambiental em oficina mecânica no oeste Paranaense. **Revista gestão ambiental e sustentabilidade**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 1-22. 2018.

STERTZ, S.C.; SCUCATO, E.S. Análise de resíduos de agrotóxicos em alimentos orgânicos. In: Encontro Regional Sul de Ciência e Tecnologia de Alimentos, 7. **Anais**. Curitiba: ERSCTA, 2001.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**. Atlas, 2015.

TERRA, S. B.; COSTA, J. E. L. Nível de informação e consumo da população sobre produtos orgânicos em Santana do Livramento, Rio Grande do Sul. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v.12, n. 2, p. 311-318, 17 jun. 2017.

TOMASETTO, S. R.; BRANDALISE, L. T. Percepção Ambiental dos Usuários de Bandeira em relação ao ciclo de vida do produto. **Revista Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, São Paulo, v. 7, n. 1, p.23-42. 2018.

THØGERSEN, J. Consumer decision-making with regard to organic food. In: T. de N. VAZ; P. NIJKAMP; J.-L. RASTOIN, Traditional food production and rural sustainable development: A European challenge. Surrey, Ashgate Publishing, cap. 11, p. 173-190, 2009.

VASCONCELOS, D. S. **Percepção ambiental e tomada de decisão de uso da terra: implicações na adaptação às mudanças climáticas**. 98f. Dissertação (Mestrado em Agrossistemas), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

VEIGA, M. M.; SILVA, D. M.; VEIGA, L. B. E.; FARIA, M. V. C. Análise da contaminação dos sistemas hídricos por agrotóxicos numa pequena comunidade rural do Sudoeste do Brasil. **Caderno de saúde pública**, v. 22, n.11 p. 2391-2399, nov. 2006.

WACHTER, J. M.; REGANOLD, J. P. **Organic Agricultural Production: Plants.**  
Washintong State University, Pullman, WA, USA, 2014.



## APÊNDICE – QUESTIONÁRIO

O fator ambiental na percepção sobre produtos orgânicos e sua relação coma tomada de decisão de consumo.

Termo de consentimento livre e esclarecido

Pesquisadora: Maria Letícia Biavatti

Orientadora: Msc. Deise Silva Vasconcelos

Coorientadora: Msc. Valéria de Cássia Macedo

Acadêmica de Pós Graduação em MBA em Gestão Ambiental;

Departamento de Economia Rural e Extensão, Setor de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Paraná - UFPR.

1- O que é termo de consentimento livre e esclarecido:

Você está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), do estudo/pesquisa intitulado "percepção ambiental e confiança na certificação como fatores de influência na tomada de decisão pelo consumo de produtos orgânicos" conduzida por Maria Letícia Biavatti. Este termo tem como meta esclarecer este estudo, explicando resumidamente os seus objetivos, procedimentos, riscos e benefícios.

2- Qual o objetivo deste estudo?

Este estudo tem por objetivo levantar dados e informações sobre a percepção ambiental e conhecimento dos entrevistados sobre a tomada de decisão em relação ao consumo de produtos orgânicos e como esta pode estar ligada com a sustentabilidade.

3 - Quais os seus direitos:

Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo.

4 - Como será sua participação?

Consistirá em responder 16 perguntas, sendo elas 13 perguntas fechadas (com respostas pré-estabelecidas e precisam escolher aquela que mais representa sua opinião) e também 3 questões semiabertas (onde você escreverá da forma como entender a respeito do que é perguntado).

5 - Quanto a seus dados.

Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais e não serão divulgados individualmente, visando assegurar o sigilo de sua participação.

O pesquisador responsável se comprometeu a tornar públicos nos meios acadêmicos e científicos os resultados obtidos de forma consolidada sem qualquer identificação de indivíduos participantes. Caso você concorde em participar desta pesquisa, assinale que está de acordo.

6 - Em caso de dúvida.

Segue contato do pesquisador responsável:

biavatti.leticia@gmail.com

Atenciosamente

Confirmo que li o conteúdo deste termo de consentimento livre e esclarecido e aceitei participar voluntariamente deste estudo. Ficaram claros para mim quais são os propósitos do estudo, os procedimentos a serem realizados, os seus benefícios e desconfortos, a garantia de confidencialidade e de esclarecimentos permanentes. Concordo voluntariamente na minha participação, sabendo que poderei retirar meu consentimento a qualquer momento, antes ou durante, sem penalidades e prejuízos.  
( ) concordo; ( ) discordo;

- 1) Você considera que é uma pessoa que se importa com a conservação do ambiente?
  - a. Sim, minhas decisões são tomadas pensando no ambiente;
  - b. Não, minhas decisões não são voltadas pensando no ambiente;
  - c. Parcialmente, sempre que possível eu tomo atitudes visando a conservação do ambiente;
- 2) Você considera que, no seu dia a dia, suas atitudes refletem a importância que você dá à conservação ambiental?
  - a. Sim
  - b. Não
- 2.1) Se sim, quais atitudes você toma?
  - Procuo separar o lixo;
  - Prefiro utilizar embalagens retornáveis;
  - Prefiro produtos orgânicos aos convencionais;

Prefiro utilizar produtos que possuam algum certificado ambiental;

Outros;

- 3) Você considera que o uso de agrotóxicos pode causar algum tipo de impacto no ambiente (solo, água, ar)?
  - a. Não causa impacto significativo visto os benefícios que oferecem à produção agrícola e animal;
  - b. Causa impacto negativo;
  - c. Causa impacto negativo somente nos alimentos que recebem agrotóxicos;
  - d. Causa impacto negativo ao contaminar solo, água e outros recursos naturais de uso humano e de outros animais;
  - e. Causa impacto positivo;
- 4) O que você entende por produto orgânico?
- 5) Qual o nível do seu consumo de produtos orgânicos? (Dentre os quais puder imaginar, alimentos, cosméticos, produtos agrícolas, etc.)?
  - a. Não consumo alimentos orgânicos;
  - b. Representa até 10% do meu consumo total de alimentos;
  - c. Representa de 11 a 40% do meu consumo total de alimentos;
  - d. Representa de 41 a 70% do meu consumo total de alimentos;
  - e. Representa mais de 70% do meu consumo total de alimentos;
- 6) Quais os tipos de produtos orgânicos você consome?
  - a. Alimentos de origem vegetal;
  - b. Alimentos de origem animal;
  - c. Óleos essenciais;
  - d. Cosméticos;
  - e. Roupas;
  - f. Não consumo esse tipo de produto.
- 7) Você entende que, ao consumir produtos orgânicos, você está conservando o ambiente? Sim? Explique por quê?
- 8) Quais os principais motivos de você consumir produtos orgânicos?
  - a. Fazem bem para a saúde;
  - b. São livres de agrotóxicos;
  - c. São mais saborosos que os produtos convencionais;
  - d. Respeita a conservação do ambiente;

- e. Reconhecer a produção como sendo social, econômica, e ambientalmente justa;
  - f. Livres de modificação genética (transgenia);
  - g. Não vejo motivos para consumo;
  - h. Outros;
- 9) Você priorizaria comprar mais produtos orgânicos caso considerasse que estes conservam e podem auxiliar na recuperação do ambiente?
- a. Sim, já priorizo;
  - b. Não, porque não percebo diferença;
  - c. Não, porque não acredito na certificação e qualidade orgânica dos produtos;
  - d. Gostaria, mas não posso por causa do preço;
  - e. Gostaria, mas não tenho acesso a produtos orgânicos;
- 10) Você sabia que existe uma lei que regulamenta a produção orgânica brasileira, Lei nº 10.831/03, seus decretos e instruções normativas?
- a. Sim
  - b. Não
- 11) Quais fatores você tem conhecimento ou acredita que são compreendidas nessa lei?
- a. Técnicas específicas de produção;
  - b. Otimização de recursos naturais e socioeconômicos;
  - c. Integridade cultural;
  - d. Sustentabilidade econômica e social;
  - e. Minimização de usos de energia não renovável;
  - f. Utilização de métodos culturais, biológicos e mecânicos;
  - g. Não uso de matérias sintéticas, organismos geneticamente modificados;
  - h. Não uso de radiações ionizantes;
  - i. Todas as anteriores;
  - j. Não tenho conhecimento dessa lei;
- 12) O que você entende por certificação orgânica?
- 13) Você sabia que, para a produção ser considerada orgânica, o sistema como um todo passa por processos de auditoria e fiscalização, aplicados por profissionais especializados, de modo a verificar se o sistema de produção atende a todos os requisitos aplicáveis da legislação orgânica brasileira?

- a. Sim
  - b. Não
- 14) Qual seu grau de confiança nos produtos certificados orgânicos em relação ao cumprimento da lei de produção orgânica Lei nº 10.831/03?
- a. Confio totalmente;
  - b. Confio;
  - c. Neutro;
  - d. Desconfio;
  - e. Desconfio totalmente;
- 15) Você considera o selo de certificação orgânica como um fator decisivo na hora da compra?
- a. Considero totalmente;
  - b. Considero;
  - c. Neutro;
  - d. Desconsidero;
  - e. Desconsidero totalmente;
- 16) Você acredita que a produção orgânica, possa ser uma saída para os problemas atuais em relação à sustentabilidade?
- a. Sim
  - b. Não